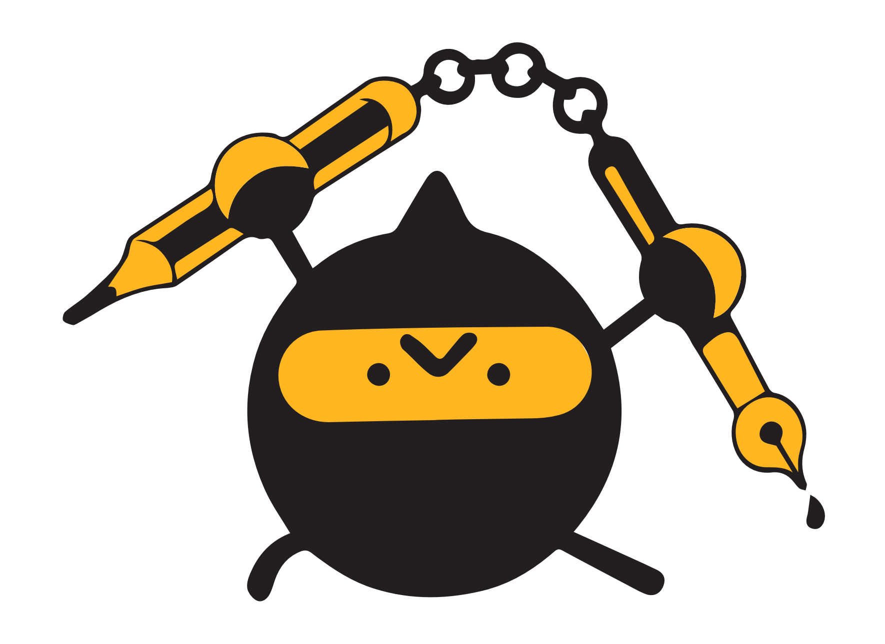


LA GUÍA NINJA DEL ILUSTRADOR



BE NINJA, MY FRIEND.

La mayoría de los ilustradores e ilustradoras son profesionales *freelance*. El creativo *freelance* es unha miniempresa: aparte de crear, tiene que manejar planes de empresa, negociar proyectos, hacer presupuestos, contratos y facturas. Debe conocer a fondo los derechos y deberes de su creación artística, para protegerla y poder explotarla. Y, además, tiene que moverse en un mercado complejo y protegerse de prácticas abusivas. **Los ilustradores *freelance* necesitan entrenamiento y habilidades ninja.**

¿QUÉ ES LA GUIA NINJA DEL ILUSTRADOR?

Esta es una pequeña guía de defensa para ilustradores *freelance*: aquí hablamos de los principales peligros y problemáticas que rodean hoy a la profesión, y de cómo hacerles frente. La Guía Ninja también está dirigida a **estudiantes de arte**, **creativos *freelance*, clientes**, **amigos de la ilustración** y, sobre todo, a las **personas que comienzan o quieren comenzar en la profesión.**

CÓMO USAR ESTA GUÍA

Esta guía es una recopilación del **Decálogo Ninja** publicado por entregas en la web **guianinjadoilustrador.org**. Cada artículo del decálogo contiene una serie de links que amplían la información sobre cada tema. En la sección ***recursos*** de la web encontrarás más bibliografía y recursos útiles. Algunos de los datos aquí recogidos pueden perder vigencia. **Consulta la *versión online* del Decálogo Ninja para mantenerte al día de las actualizaciones.**

DECÁLOGO NINJA (ÍNDICE)

1. LOS DERECHOS DEL ILUSTRADOR — 4
2. TRABAJO ESPECULATIVO ('SPEC WORK') — 7
3. POR QUÉ NO TRABAJO GRATIS — 10
4. 'ILUSTRAR' AL CLIENTE — 13
5. PONER PRECIO A TU TRABAJO — 16
6. NEGOCIAR TRATOS Y DESCIFRAR CONTRATOS — 19
7. DEUDAS E IMPAGOS — 22
8. PLAGIOS Y USOS INDEBIDOS — 25
9. LOS PAPELES DEL ILUSTRADOR — 28
10. INFÓRMATE, ASÓCIATE — 31





Ilustración: Manel Cráneo

1.CONOCE TUS DERECHOS

Es imposible reclamar tus derechos cuando los desconoces, por lo que conviene conocer las pautas básicas de la legislación y usarlas como herramienta indispensable en la negociación de cualquier proyecto. El ilustrador puede trabajar sobre textos ajenos por encargo o hacer creaciones propias, sea por encargo también o por propia iniciativa. En cualquiera de los casos, los derechos de la obra serán siempre propiedad del autor.

TIPOS DE DERECHOS SOBRE LAS CREACIONES

- **Derechos morales** (autoría, acreditación): son únicos e intransferibles y pertenecen a cada autor por el simple acto de crear su propia obra. En ningún caso puede el autor renunciar a la autoría de ninguna creación en favor de nadie.
- **Derechos patrimoniales** (explotación, transformación, comunicación): el autor debe percibir beneficios (o *royalties*) de la explotación comercial o mediática de las obras en cesión, que según la legislación deben ser proporcionales a esa explotación (cuanta más explotación, más remuneración). La remuneración puede ser una cantidad fija a tanto alzado, una que dependa de las ventas efectivas o una que combine ambas modalidades. En cualquiera de los casos, conviene exigir siempre una parte por adelantado. Es imprescindible definir siempre detalladamente en contrato qué tipo de usos va a explotar el cliente. Por ejemplo, si son cedidos para *merchandising* debe indicarse el tipo concreto de productos, el plazo de tiempo o la cantidad máxima de unidades.

  Derechos de explotación: uso de la obra tal cual fue creada por el autor a través de su edición o reproducción, sea para uso mercantil o difusión gratuita.

  Derechos de transformación: adaptación de la obra a otros formatos o revisión de la propia obra para que un tercero la transforme añadiendo o restando elementos.

  Derechos de comunicación: la difusión pública a través de medios de comunicación impresa, audiovisuales, etc.

CLÁUSULAS QUE NO DEBEN FALTAR EN NINGÚN CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

- **Ámbito territorial de la explotación.** Siempre debe firmarse si tu creación se va a explotar a nivel regional, estatal o internacional, e incluso especificar en qué mercados o países concretos se le permite al cliente.
- **Plazo de explotación.** En España las cesiones de derechos para edición no deben exceder los 15 años de uso (para otro tipo de cesiones, no existe limitación legal). En cualquier caso, es importante fijar siempre un plazo máximo de uso. Es conveniente incluir una cláusula para que el contrato no se renueve de forma automática sin petición expresa del autor.
- **'Royalties'.** Estos son los beneficios económicos que genera la obra o creación y repercuten en forma de porcentaje sobre el PVP (sin IVA) de cada unidad de producto. En el sector editorial, por ejemplo, el porcentaje habitual para el reparto de derechos entre los autores de una obra es de un 10 %.

En tus presupuestos o contratos especifica detalladamente los usos y aplicaciones para los que cedes tu trabajo. Intenta siempre firmar contratos, y, en caso de que no fuese posible, especifica al máximo los usos en los presupuestos y facturas que emitas.

> **«EN TUS PRESUPUESTOS O CONTRATOS ESPECIFICA DETALLADAMENTE LOS USOS Y APLICACIONES PARA LOS QUE CEDES TU TRABAJO»**





MORALES

Pertenecen al autor por el simple acto de crear su obra.

Protegen la obra de alteraciones o formas de divulgación no consentidas por el autor.

Son intransferibles.



AUTORÍA
ACREDITACIÓN

PATRIMONIALES

Legitiman al autor a percibir beneficios (o royalties) por la explotación comercial o mediática de la obra que cede.

Los beneficios para el autor deben ser proporcionales a esa explotación.

Son transferibles.



EXPLOTACIÓN
COMUNICACIÓN
TRANSFORMACIÓN
REPRODUCCIÓN
DISTRIBUCIÓN

guianinjadoilustrador.org

«EL DERECHO DE AUTOR PROTEGE LA EXPRESIÓN FORMAL DE LAS IDEAS. DEBEN SER EXPRESADAS O FIJADAS EN ALGÚN SOPORTE PARA GOZAR DE LA PROTECCIÓN DEL DERECHO DE AUTOR.»

DERECHOSDIGITALES.ORG

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Puedes registrar tus creaciones en las *Oficinas de Propiedad Intelectual,* o en registros privados como SafeCreative.org (igualmente válidos, y que pueden resultar más económicos). A veces puede ser interesante registrar los trabajos y proyectos antes de mostrarlos en editoriales, productoras, agencias, etc., o incluso antes de difundirlos en internet. No obstante, un registro no es una prueba definitiva, ni desde luego obligatoria (tu creación es tuya, esté registrada o no), aunque puede servir para evitar problemas en ciertos casos concretos.

En caso de que pienses en una marca o línea propia de productos, merece la pena usar el registro de la *Oficina de Patentes y Marcas* (este tipo de registro es más caro que el de la OPI pero ofrece mayor protección mercantil; en la propiedad industrial sí prima el registro frente a la autoría).



ENLACES

- *«El ilustrador y sus derechos»* Capítulo del *Nuevo libro blanco de la ilustración gráfica* sobre derechos de autor y legislación (FADIP, PDF)
- *Ley de Propiedad Intelectual 21/2014, de 4 de noviembre* (BOE, PDF)
- *«9 normas de oro del ilustrador profesional»* Incluye una selección de artículos de la LPI y un glosario de términos legales (FADIP)
- *«Registro de Propiedad Intelectual: qué, quién y cómo»* Gráfico de Safecreative.net



Ilustración: Bernal

2. TRABAJO ESPECULATIVO ('SPEC WORK')

Spec work **(«trabajo especulativo»)** es cualquier tipo de trabajo entregado por creativos al cliente sin que estos hayan asegurado el pago por ese trabajo. En este tipo de prácticas los ilustradores trabajan gratis o reciben un pago insuficiente por realizar pruebas o proyectos completos, bajo incentivos como «la visibilidad» o «tendrás trabajo a mazo en el futuro». **Estas prácticas desvalorizan gravemente nuestras condiciones laborales y perjudican a la profesión en su conjunto.**

‘CROWDSOURCING’

La «externalización masiva» es una de las tendencias de *spec work* más extendidas. Son convocatorias abiertas para realizar un encargo, generalmente difundidas a través de internet. La convocatoria recibe numerosas propuestas, de las cuales solo una —la escogida por el cliente— recibirá un pago, por lo general justito (y que encima te venden como premio).

Plataformas de *crowdsourcing* como 99designs, Adtriboo, Designcrowd o Talentsunited han atraído en los últimos anos a clientes y empresas sacando provecho de la situación del mercado global: una tendencia de precios «a la baja» alentada por la altísima oferta de ilustradores que saltan al mercado internacional desde todos los rincones del planeta. Los más atraídos por las «zanahorias» *spec work* suelen ser los creativos «júnior», los aficionados o los recién llegados que aceptan invertir trabajo y esfuerzo sin tener garantizado beneficio alguno, a veces sin más incentivo que la «visibilidad».

CONCURSOS ESPECULATIVOS / NO ÉTICOS

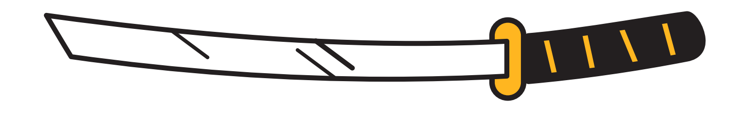
Abundan los concursos —tanto desde el sector privado como desde el público— que imponen condiciones abusivas o ofrecen premios no proporcionales al beneficio que la empresa, marca u organismo obtiene de la obra ganadora.

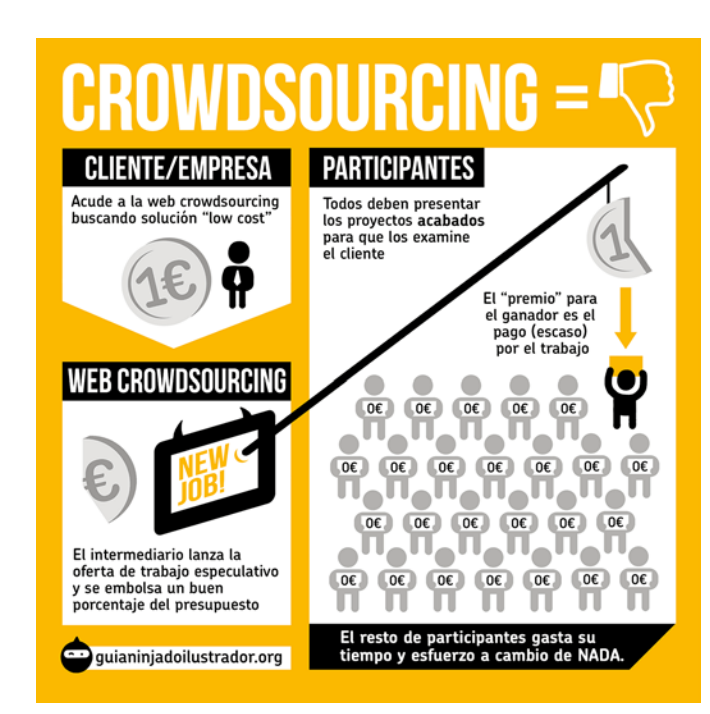
- ***Este certamen organizado por un gigante editorial*** recibió protestas de miles de profesionales gráficos del Estado: la cuantía del premio era el pago (bastante escaso) de una cubierta de libro a cambio de la explotación global e indefinida del trabajo.
- ***Este concurso de ideas*** se reservaba el uso de la obra ganadora en todo tipo de soportes, medios y productos de la marca.
- Otros concursos se reservan (abusivamente) la explotación de todos los trabajos presentados. Es el caso de este ***concurso*** que fue boicoteado en forma de huelga a la japonesa.

«ESTAS PRÁCTICAS PERJUDICAN A TODA LA PROFESIÓN. UNA CONVOCATORIA ABIERTA SUPONE UN ENORME GASTO DE TIEMPO Y TRABAJO GRATUITO»

POR QUÉ DESACONSEJAMOS PARTICIPAR EN PRÁCTICAS Y CONVOCATORIAS DE ‘SPEC WORK’

- **Estas prácticas devalúan nuestras tarifas.** ***Si aceptas diseñar un cartel o logo para una gran empresa por una miseria,*** no esperes cobrar buenas cantidades por un trabajo similar en el futuro. Además ayudas a crear precedentes para que en un futuro nadie pueda cobrar dignamente por trabajos de esas características.
- **Estas prácticas perjudican a toda la profesión.** Una convocatoria abierta supone un enorme gasto de tiempo y trabajo gratuito (el de todos los aspirantes… excepto uno). Y una convocatoria abierta no garantiza la calidad de los trabajos; más bien, al contrario: como dice Milton Glaser, «es imposible escoger un buen diseño entre mil diseños».
- **Si aceptas las condiciones ‘crowdsourcing’, desproteges tu trabajo.** En estas convocatorias no suele haber contratos o acuerdos que regulen el uso del trabajo premiado: cedes tu creación, permites cambios o dejas que su verdadera explotación comercial sea muy superior a lo reflejado en tus «honorarios».





«ESPECULAR = PROPONERLE SEXO A TODO EL MUNDO PROMETIENDO UNA CENA AL AFORTUNADO GANADOR.»

JEFFREY ZELDMAN

- **El 'crowdsourcing' pervierte la relación ilustrador-cliente.** Estas prácticas desplazan el modelo laboral de encargo (pagar por hacer un trabajo) hacia el modelo laboral de **concurso** («pagar» un solo trabajo entre muchos hechos). No es aceptable que cada vez más relaciones profesionales funcionen bajo la mecánica de concurso *low cost*.

ENLACES

- *'What is spec work?'* Animación (vídeo, inglés)
- *No!Spec* Web contra las prácticas especulativas en el diseño (inglés)
- *Specwatch* Observatorio de concursos y prácticas 'spec' (Twitter, inglés)
- *'Spec'* Lo que pasa cuando les pides trabajo «spec» a otros profesionales (vídeo, inglés con subtítulos en español)
- *«Propuesta para responder por escrito a las solicitudes de trabajo especulativo»* Artículo en Grafiscopio.com



NO TRABAJO GRATIS



Ilustración: Jorge Peral

3. POR QUÉ NO TRABAJO GRATIS

Nadie entra en un restaurante preguntando si le dan de comer gratis. En cambio, a los ilustradores —tanto noveles como consolidados— se les pide a menudo que trabajen sin cobrar. Esto sigue pasando con demasiada frecuencia en las profesiones creativas (ilustradores, diseñadores, escritores, fotógrafos, etc.). La destreza de un ilustrador sigue sin valorarse igual que —pongamos por caso— la preparación de un ingeniero que apretando una rosca arregla una máquina.

Los ilustradores que toman en serio su profesión **no deben trabajar gratis.** O, cuando menos, **no deben trabajar a cambio de nada.**

TRABAJAR POR NADA

A veces los ilustradores noveles aceptan encargos gratis para engrosar los porfolios, coger experiencia o ganar visibilidad. Pero estas razones no justifican que *trabajes por nada:* no regales trabajo a clientes o empresas ajenos a ti. Y si son clientes de cierta envergadura, menos todavía. Puede que el panadero de tu barrio ande justo de presupuesto para pagarte un encargo. Pero una mediana o gran empresa sí puede permitirse pagar los servicios de un ilustrador.

SOLO TRABAJO GRATIS… EN ESTOS CASOS

Es admisible colaborar gratis en causas o proyectos con los que tengas **implicación o proximidad:** eventos culturales, pequeños negocios de amigos, fanzines, iniciativas solidarias, proyectos colaborativos o autogestionados, etc. Y, naturalmente, los **proyectos personales** siempre son un buen objetivo en el que concentrar tu tiempo y tu trabajo.

SI NO TIENEN DINERO PUEDEN PAGAR IGUAL

Ante los encargos que no se pagan —o que se pagan mal—, un ilustrador tiene a priori dos opciones: aceptar o rechazar el encargo. Pero hay otras alternativas, como cobrar en especie. Por ejemplo: tu cliente tiene un bar y quiere un cartel para una fiesta. No puede pagar, pero puede compensarte con consumiciones, entradas para conciertos, etc. Otro ejemplo: ¿una librería quiere que ilustres su escaparate? Pacta un pago en libros.

El intercambio o pago en bienes y servicios es una alternativa razonable. Muchos clientes (sobre todo los pequeños) son receptivos a este tipo de trueques. También puede negociarse un pago mixto: parte en especie y parte en dinero. **La cuestión es ser creativos para llegar a tratos equilibrados y, sobre todo, que valoren lo que haces.**

PROMESAS, PROMESAS

- **La promoción, esa quimera.** El clásico «somos una empresa con gran proyección y tu trabajo llegará a mucha gente». Los clientes que a estas alturas vienen con el cuento de la «promoción»… ¿saben que los ilustradores ya tenemos nuestras propias herramientas de promoción? Además, de poco vale que te conozcan otras empresas y clientes si van a venir con el mismo cuento.
- **Confía en mí, que vamos a triunfar.** Hay emprendedores que montan negocios sin contratar servicios profesionales, prefiriendo captar «socios» o *partners* que capitalicen su trabajo. El clásico «Házmelo, que ya te pagaré cuando se venda», pero en *cool.* Esto no deja de ser una ***práctica especulativa.*** Valora hasta qué punto tienes que apostar tú por el negocio: ¿puedes confiar en el cliente? ¿Te asegura datos fiables de ventas y beneficios? En este tipo de trabajo «capitalizado» no solo se deben pactar *royalties:* pídele un adelanto al cliente para que demuestre seriedad y compromiso contigo.

«EL INTERCAMBIO O PAGO EN BIENES Y SERVICIOS ES UNA ALTERNATIVA RAZONABLE. MUCHOS CLIENTES (SOBRE TODO LOS PEQUEÑOS) SON RECEPTIVOS A ESTE TIPO DE TRUEQUES»

MI SOBRINO ME LO HACE GRATIS

Otra cantinela bastante habitual. Si rechazas hacerle el trabajo gratis, algún cliente te dirá que conoce *x* personas dispuestas a hacerlo. Realmente, ¿se te pierde algo con clientes que fomentan la competencia desleal?





«PENSADLO BIEN ANTES DE TRABAJAR GRATIS, Y NO OLVIDÉIS QUE TRABAJAR "A CAMBIO DE VISIBILIDAD" ES TRABAJAR GRATIS.»

ALBERT MONTEYS

LAS CUENTAS CLARAS

Siempre es recomendable informar a los clientes para que vayan abriendo los ojos. Si asumes un encargo para alguien próximo (un hermano, un vecino...) que no te puede pagar, preséntale una factura con el precio real del encargo con un descuento aplicado. Así harás más visible el valor real de tu trabajo.

HAMBRE PARA HOY, HAMBRE PARA MAÑANA

Hasta dónde estamos dispuestos a regalar (o malvender) nuestro trabajo es decisión de cada uno. Pero antes de aceptar un trabajo sin remunerar, valora si realmente te compensa entrar en la dinámica del *hazmelogratis.* **Recuerda que haciendo determinados trabajos gratis perjudicas a otros profesionales y estás saboteando a toda la profesión (incluidx tú).**

ENLACES

- *«¿Debería trabajar gratis?»* Infografía por Jessica Hische

- *«Protege tu carrera artística, por Stephen Silver»* Vídeo en inglés y artículo con su traducción a español

- *Trabajar gratis es un lujo que no me puedo permitir* Página de Facebook

- *«No trabajes para el inglés»* Artículo del fotógrafo Xulio Villarino

- *«No trabajo gratis»* Cómic de Mamen Moreu




EL CLIENTE ILUSTRADO ES MEJOR CLIENTE



Ilustración: Nuria Díaz

4. EL CLIENTE 'ILUSTRADO' ES EL MEJOR CLIENTE

Siempre es deseable que la relación ilustrador-cliente sea fluida, respetuosa y satisfactoria para ambas partes. **El cliente informado y comunicativo, el que conoce el oficio del ilustrador y reconoce el valor de su trabajo, es un cliente óptimo.** Pero también hay clientes que no saben (o no quieren saber) cómo funciona el oficio.

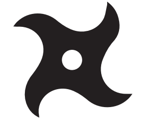
Algunos no tienen idea del tiempo o las destrezas que se necesitan para resolver un encargo, otros ignoran los baremos que determinan el precio real de un trabajo. Otros piden y piden propuestas, bocetos y cambios justificándose en la vieja máxima «El que paga manda». Y luego están los clientes que quieren que les hagas X+Y+Z pagando solo Z. **Para evitar este tipo de malentendidos y desencuentros conviene ilustrar a los clientes**, ir poco a poco dándoles pistas sobre cómo funciona nuestro oficio.

LA ILUSTRACIÓN: CADENA DE PREJUICIOS

En nuestro ámbito, desafortunadamente, la ilustración es una actividad infravalorada cultural, social y económicamente. Pero en países como Francia, Reino Unido o EE. UU. esto no es así. **Es importante eliminar los prejuicios que rodean a los ilustradores**, tanto en la cabeza de los clientes como —¡ojo!— en la de los propios ilustradores.

Repasemos, pues, algunas cuestiones básicas. La ilustración es una profesión: **los ilustradores somos profesionales cualificados, y como tales debemos comportarnos y ser tratados.** Las cosas no se hacen de forma rápida y eficaz sin una experiencia de años detrás: no se debe aceptar aquello de «cóbrame poco, que tú eso lo haces en media hora». El ilustrador tiene que pagar facturas (y a veces muchas): no debe permitir que el pago sea en forma de «promoción» y similares.

«ES IMPORTANTE ELIMINAR LOS PREJUICIOS QUE RODEAN A LA PROFESIÓN, TANTO DE LA CABEZA DE LOS CLIENTES COMO DE LA DE LOS PROPIOS ILUSTRADORES»



«CUANDO A UN ILUSTRADOR SE LE PRESUPONE EFICACIA Y PROFESIONALIDAD, LO MISMO SE LE PUEDE PEDIR A UN CLIENTE»

COSAS QUE LOS CLIENTES DEBEN SABER

- Cuando a un ilustrador se le presupone **profesionalidad y eficacia, lo mismo se le puede pedir a un cliente.** Al iniciar una colaboración profesional, ambas partes asumen unos derechos y unos compromisos.
- El artista plástico vende su obra; en cambio, **el ilustrador vende derechos sobre su obra.** El encargo o el pago por los derechos de las ilustraciones no convierte al cliente en su propietario (y si comprase los originales, eso tampoco lo convertiría en propietario de los derechos sobre la obra).

«PARA EVITAR MALENTENDIDOS Y DESENCUENTROS CONVIENE ILUSTRAR A LOS CLIENTES»

- Si un cliente te llama para un trabajo **rápido, barato y de calidad**, muéstrale el gráfico de la página 15.
- **Establece siempre por escrito las condiciones del encargo**, a ser posible en forma de contrato. Los clientes siempre van a procurar respetar más los términos recogidos en un acuerdo escrito, y no van a poder escudarse en aquello de «eso no fue lo que hablamos». Deja bien claro en el acuerdo los usos para los que cedes el trabajo y el número y tipo de cambios que se consideran dentro del presupuesto, y cuáles incrementarían el precio.



«ME LLEVÓ UNOS SEGUNDOS DIBUJARLO, PERO ME LLEVÓ 34 AÑOS APRENDER A DIBUJARLO EN UNOS SEGUNDOS.»

PAULA SCHER

A MODO DE CONCLUSIÓN

Cada persona es un mundo, y tienes que valorar en qué medida puedes mejorar la forma de trabajar de tu cliente: se trata, obviamente, de tener cierta mano izquierda. Si el cliente es receptivo, facilítale la «Guía para clientes» del *Nuevo libro blanco* (si no la conoces, échale tú también un vistazo; a lo mejor descubres algunas cosas que no sabías).

Contestar a las peticiones de tu cliente con argumentos y formas de trabajar arropados por la práctica de miles de profesionales puede conseguirte buenos resultados en muchos casos. Siempre conviene dejar claro que las **buenas prácticas benefician igualmente a las dos partes implicadas**, al profesionalizar todavía más la relación. Y no olvides que como profesional tienes también unos compromisos que cumplir, un pequeño código deontológico que puedes encontrar también en el *Nuevo libro blanco* (pp. 54-55).



ENLACES

- *Guía para clientes del 'Libro blanco'* (FADIP, PDF)
- *Protocolo ilustrador-cliente* (AGPI, PDF)
- *Diseñadores vs. clientes* Vídeo en Youtube
- *«Cómo realizar una oferta de empleo para un ilustrador»* Artículo en Doméstika.com

ANTES DE ILUSTRAR, SABER CUÁNTO COBRAR



Ilustración: Santy Gutiérrez

5. PONER PRECIO A TU TRABAJO

Una de las cosas que más preocupa a un *freelance* es saber cuánto cobrar. El ilustrador *freelance* debe **conocer y saber aplicar los baremos sobre los que tasa su trabajo.** Y no solo eso: debe saber defender sus tarifas y tener habilidades de negociación. Recuerda que negociar es un diálogo, no un monólogo por parte del cliente. Haz tu parte.

BUSCA LA FÓRMULA IDÓNEA PARA PRESUPUESTAR

Al hacer un presupuesto debemos considerar muchos aspectos. En algunos campos, como el muralismo, por ejemplo, puede calcularse un precio por metro cuadrado. En otros casos, conviene cobrar por horas; para eso debemos saber cuánto vale nuestra hora de trabajo (mira los enlaces al final de este artículo). Pero en la mayoría de las ocasiones la cosa será más compleja y deberemos manejar múltiples factores.

PRECIOS BAJOS = AUTOBOICOT

Si eres nuevo en esto quizá creas que debes cobrar poco, o nada, para «ir metiendo el pie». Error: todo el mundo trabaja para obtener un beneficio. Tu precio debe cubrir tus gastos y generar una ganancia. **Ofrecer tarifas más bajas no garantiza conseguir más clientes.** A veces ocurre lo contrario. Si tus precios son muy bajos puedes transmitir que no eres bueno en lo que haces. Si tú no te valoras, ¿quién lo va a hacer?

TARIFARIOS

La Ley de defensa de la competencia **prohíbe a las asociaciones profesionales españolas fijar tarifarios orientativos,** y tal cuestión está vigilada de cerca por la **CNMC** (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia), que ya ha sancionado con multas elevadas a varias de ellas. No es posible incluir tablas de precios en este artículo, pero sí podemos aconsejar que pidas orientación sobre precios a compañeros experimentados.

CONOCE EL ALCANCE DEL PROYECTO; DESPUÉS, FIJA TU TARIFA

No presupuestes de buenas a primeras. Debes considerar estos aspectos:

Aspectos personales: tu trabajo tiene unos costes (materiales, mobiliario, facturas, seguridad social, impuestos, software...). Y la vida también: alquiler o hipoteca, transporte, hijos, ocio... Además, tu habilidad y tu talento son fruto de muchos años de inversión y formación: no los malvendas.

El mercado: conoce el mercado, infórmate, consulta y pregunta a otros profesionales por las cifras en que se manejan. Pero no lo hagas para tirar los precios (eso es una zancadilla a ti mismo): hazlo para saber cuánto hay que cobrar para vivir de esto y estar en el mercado.

El cliente: no debes cobrar lo mismo a la zapatería de tu prima Lola que a una multinacional de refrescos. Y valora si son cliente fácil o si son un dolor de muelas (a estos se les cobra más ;).

Y, finalmente, la madre del cordero: el proyecto.

> **«SI TUS PRECIOS SON MUY BAJOS PUEDES TRANSMITIR QUE NO ERES BUENO EN LO QUE HACES. SI TÚ NO TE VALORAS, ¿QUIÉN LO VA A HACER?»**

EL PROYECTO: FACTORES QUE DETERMINAN EL PRECIO

Envergadura del proyecto (difusión):

- El nivel de explotación de la obra en distintos soportes y medios.
- El ámbito temporal para el que cedes la obra (un año, cinco años, indefinidamente...)
- El ámbito geográfico que tendrá la obra (local, autonómico, internacional...)

Características específicas del proyecto (trabajo):

- El formato de la obra.
- El número de ilustraciones o piezas encargadas.
- La técnica de ejecución y el método de impresión (blanco y negro, a dos tintas, a todo color, etc.).
- La complejidad y el tiempo de elaboración. La «receta» puede ser más o menos sencilla o elaborada (por ejemplo, una ilustración técnica de un trasatlántico o un retrato hiperrealista tienen bastantes horas de cocina).
- La creatividad. No es lo mismo ejecutar una receta muy concreta (cuando te dan un *briefing* muy específico y detallado) que tener que inventarla tú («haz algo con *punch,* que refleje los valores de nuestra empresa, tú ya sabes»). Esto último da más trabajo, claro.



«SI LO ÚNICO QUE TE INTERESA ES SER UN GRAN ARTISTA, HAZNOS UN FAVOR: NO TE HAGAS PROFESIONAL.»

MARK LEWIS

- **La urgencia de la entrega.** Si necesitan el trabajo «para ayer», tendrás que dejar aparcado otro trabajo o dedicarle parte de tu tiempo de descanso. La urgencia de la entrega puede suponerle al ilustrador horas extras o trabajar fines de semana o festivos, y eso debe reflejarse al cobrar.

Por último, cuando llegues a una cifra que consideres justa, no la rebajes antes de lanzarla. Deja que el cliente decida si la cifra es alta o no, y comienza a negociar desde ahí. Cuando envíes el presupuesto al cliente explica bien todos los conceptos y detalles para que entienda de dónde sale la cifra.

UNA VEZ CALCULADO EL PRESUPUESTO

Detalles finales que te evitarán problemas una vez obtenido el valor del trabajo:

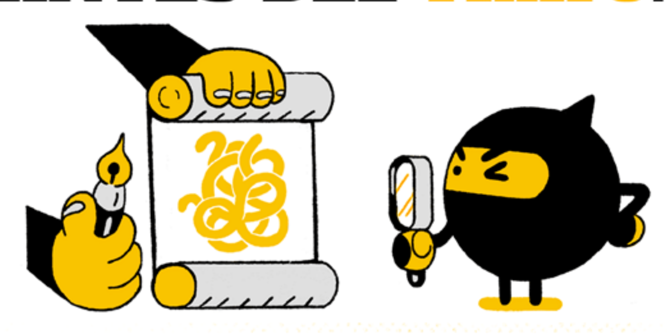
- Si el cliente agrega una tarea extra al proyecto, el precio sube. Y esto debe dejarse claro nada más comenzar el trabajo. Más trabajo debe ser igual a más pago.
- Las tarifas deben tener un límite de fecha. ¿Te imaginas que un cliente te saca una propuesta que le pasaste hace cinco años con el precio de hace cinco años? Marca una fecha límite para evitarlo.
- Si los clientes te dicen que eres muy barato... Es una magnífica oportunidad para que subas las tarifas. Ellos mismos están señalando que cobras poco por el trabajo que haces.
- Cuando ya estés trabajando, mide el tiempo de trabajo, para saber lo que cobras. Hay herramientas en línea que te facilitan la medición de tu tiempo de trabajo. Así sabrás lo que ganas por hora y la productividad que le sacas a tu tiempo. Si te has quedado lejos de tu precio por hora es que presupuestaste mal: intenta mejorarlo en el próximo encargo.



ENLACES

- *CuantoCobrar* Aplicación para iOS
- *Calculadorafreelance.com* Aplicación online
- *'Restos fósiles'* Cómic por Martín Tognola (PDF)

ANTES DEL TRATO...



REVISA EL CONTRATO

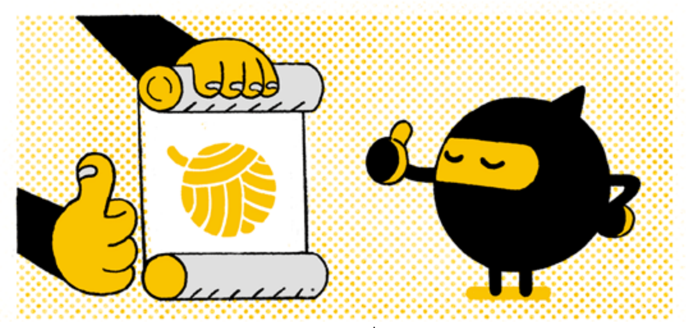


Ilustración: José Domingo + Guitián

6. NEGOCIAR TRATOS, DESCIFRAR CONTRATOS

Los contratos formalizan jurídicamente las relaciones profesionales, regulando el uso que cedes del trabajo y el beneficio que percibes. Por tanto, hay que familiarizarse con la legislación, la terminología contractual y los derechos de autor. **Tu desconocimiento de lo que firmas en un contrato solo te puede perjudicar a ti.**

DEFINICIÓN DE CONTRATO

Los contratos generan una serie de efectos jurídicos, obligaciones y derechos para las partes, que se someten a lo pactado de forma voluntaria. La LPI (Ley de Propiedad Intelectual) indica que la formación del contrato de edición debe tener forma escrita, así como un contenido mínimo (artículo 60).

POR QUÉ HAY QUE SABER DE CONTRATOS

Aunque hay ilustradorxs que trabajan con agentes, la mayoría de los profesionales del sector somos nuestros propios *managers.* Es fundamental diferenciar los distintos usos y cesiones de derechos para **mantener el control sobre lo que cedes y lo que no cedes.** Por ejemplo: al pactar un contrato de edición de una novela gráfica, no se ceden los derechos de edición a otros idiomas, ni los derechos de transformación (animación, cine, televisión, videojuegos...), ni los derechos de *merchandising.* **Cada uso diferenciado debe tener su contrato,** tal como establece la LPI:

Art. 57.2: Las cesiones de derechos para cada una de las distintas modalidades de explotación deberán formalizarse en documentos independientes.

ANTES DE FIRMAR EL CONTRATO

- **No corras a firmar.** Tómate tu tiempo para revisarlo. No te sientas presionadx: **nadie firma un contrato el mismo día que se lo ponen en la mesa.**
- **Ten claro lo que cedes y lo que no cedes.** Presta mucha atención a los ámbitos de la explotación (geográfico, lingüístico, temporal, usos, soportes), y si la remuneración está ajustada a esa explotación. Cede los derechos para usos, periodos y ámbitos bien delimitados, y siempre resérvate el control sobre los restantes tipos de explotación. Nunca cedas en bloque todos los derechos patrimoniales de una creación.
- Revisa con lupa las cláusulas y condiciones. Letra pequeña sigue siendo sinónimo de picaresca. No te extrañes si alguna vez encuentras en un contrato cláusulas del tipo «si cuela, cuela». Ojo con los eufemismos y los tecnicismos *business.* Ante la duda, siempre es mejor no firmar y proponer cambios en la redacción. Si encuentras puntos confusos, pídele al cliente que te los aclare.
- **Asesórate.** Consulta en las asociaciones profesionales o en foros de ilustración. Enséñale el contrato a compañeros de profesión experimentados. O también puedes cotejar el contrato con los modelos de contratos del *Nuevo libro blanco.*

CLÁUSULAS ABUSIVAS

A continuación, un *greatest hits* de cláusulas abusivas vistas en contratos reales. Rechaza este tipo de cláusulas en tus contratos:

«LAS OBRAS PASARÁN A FORMAR PARTE DEL BANCO DE ILUSTRACIONES DEL GRUPO EDITORIAL»

Esta condición abusiva figura a menudo en los contratos de libro de texto. No se debe ceder trabajo para reutilizar indiscriminadamente a cambio de nada.

«EL AUTOR CEDE A [...] LA PROPIEDAD INTELECTUAL DE LA OBRA Y SU EXPLOTACIÓN»

Si la creación es tuya, es unha cláusula ilegal: lo que cedes son solo algunos derechos de explotación de tu obra. Esto solo es válido cuando trabajas sobre creaciones ajenas (p. ej., como animador contratado en un largo de animación).

«CESIÓN DE DERECHOS DE TRANSFORMACIÓN Y DIFUSIÓN EN TODOS LOS MEDIOS Y SOPORTES EXISTENTES Y POR INVENTAR»

Según la LPI (art. 43.5), la transmisión de los derechos de explotación no alcanza las modalidades de utilización o los medios de difusión inexistentes o desconocidos en el momento de la cesión.

«CESIÓN DE DERECHOS DE EXPLOTACIÓN Y DIFUSIÓN PARA TODO EL UNIVERSO»

De momento (mal que les pese a algunos) el ámbito más amplio es el planeta Tierra. Surrealismos aparte, no debes dejar indefinidos ni el ámbito de difusión ni la lengua de explotación (y poner «todos» es una indefinición, ojo).

ALTERNATIVAS A LOS CONTRATOS

En el sector de la publicidad y afines se siguen usando mucho los presupuestos. En estos se pueden incluir cláusulas sobre los diversos aspectos del encargo: ámbitos y usos de explotación, fechas de pago, correcciones incluidas en el precio, etc. El cliente debe aprobar el presupuesto por escrito, bien firmando el presupuesto o bien dándole luz verde vía email (conserva esos correos electrónicos: tienen validez jurídica si las cousas se tuercen).

ENLACES

- *'ABC del ilustrador'* (FADIP)
- *Modelos de contratos del 'Nuevo libro blanco'* (PDF)
- *'9 normas de oro'* Extractos de la LPI y pequeño glosario de términos (FADIP)
- *El contrato de diseño: cláusulas a tener en cuenta* (Gráffica)

CONTRATOS DE ILUSTRACIÓN

ÁREAS DE TRABAJO	MODELO RECOMENDADO DE CONTRATO (*)	FÓRMULA DE PAGO Royalties	Adelanto Royalties	Precio cerrado
Libro, LIJ, Cómic	LIBRO/LIBRO DIGITAL	●	● Papel	
Cubiertas, Portadas	CUBERTA LIBRO	●	●	
Multimedia, Interactivos, Apps, Animación Web...	INTERNET/DIGITAL	Fórmula flexible		
Arte / Diseño Animación (Cortos, Largos, Series)	ANIMACIÓN	●	●	
Ilustr. Edit., Humor gráfico	PRENSA			●
Cartel, Escaparatismo, Storyboard, AV, Escena...	CREACIÓN VISUAL			●
Publi, Branding, Motion...	PUBLICIDAD			●
Personaje para Publi / Packaging	MASCOTA			●
Licensing, Textil, Producto ilustrado...	MERCHANDISING	Fórmula flexible		

*(Modelos de contratos del Nuevo Libro Blanco de FADIP)

guianinjadoilustrador.org

«NO CONSIGUES LO QUE MERECES, CONSIGUES LO QUE NEGOCIAS.»

LINDSAY VAN THOEN

NEGOCIAR: ALGUNAS PISTAS

Como ya apuntamos, el ilustrador *freelance* **debe tener soltura en el arte de negociar.** La negociación debe ser un diálogo y no un monólogo del cliente. Recuerda que **el cliente no viene a hacerte un favor: está interesado en tu talento porque le va a sacar un beneficio** (otro tema es que algunos traten de contratar tu talento por cuatro duros ;-))

- ¿Vas tú o vienen ellos? **No se negocia igual cuando buscas tú el trabajo que cuando el trabajo viene a ti.** Si eres tú el que te presentas a un nuevo cliente, él puede marcar condiciones. En cambio, si es el cliente el que acude a ti, tienes una posición ventajosa: tienes algo que le interesa. *Déjate querer* y que mueva ficha él primero.

- **La primera oferta, que la lance el cliente.** Algunos encargos ya llegan con una oferta económica (lo que facilita las cosas), pero no la aceptes sin más: siempre intenta negociar una mejora de la oferta. En otras ocasiones te pedirán que seas tú quien dé presupuesto. Para no hacer el pardillo, **no lances unha cifra a la baja: pregunta primero al cliente** de qué presupuesto dispone para ese encargo.

- **Las contraofertas.** Si la cifra te conviene, aceptas. Si es inferior a lo esperado, **debes contraofertar con una cifra que refleje realmente el valor del encargo.** Otra opción de contraoferta es properer un **volumen de trabajo menor**, ajustándolo al presupuesto que te ofrecen. En los sectores donde el autor percibe *royalties,* también puede proponerse una **subida del porcentaje** como baza de negociación. (En el sector del libro, el tándem escritor-ilustrador percibe generalmente un porcentaje del 10 % sobre las ventas del título, que reparten en proporciones que oscilan dependiendo del volumen de texto y de ilustración en la obra).

- **¿Cuándo cobro?** Las esperas para cobrar son una auténtica cruz de la profesión, particularmente en áreas como la publicidad o las campañas institucionales. Hasta hace poco, muchas agencias tenían por costumbre pagar a los *freelance* a 60, 90 o incluso 120 días (!!!). **Este tipo de demoras —difícilmente justificables— son asfixiantes y precarizan al ilustrador.** Conviene romper estas dinámicas y conseguir mayor agilidad en los pagos. El sector público tiene unos procedimientos de pago rígidos y lentos, pero en el sector privado siempre puedes proponer alternativas: **anticipos, fórmulas de pago fraccionado, plazos de pago más cortos, descuentos por pronto pago, etc.** En tus negociaciones transmite este mantra: **un ilustrador que entrega con eficacia y puntualidad tiene derecho a cobrar con la misma eficacia y puntualidad.**

A VECES, COBRAR ES UNA ODISEA



Ilustración: Guitián

7. DEUDAS E IMPAGOS

Si eres *freelance* ten por seguro que esto te sucederá en alguna ocasión, si es que no te ha pasado ya: **un cliente que no paga.** En algunos casos reclamar una factura no pagada puede ser sencillo, pero en otros puede acabar siendo agotador.

Si no queda más remedio, te verás obligadx a acudir a un abogado, pero antes hay algunos pasos que puedes dar para intentar cobrar:

- 1) Ten presente que **estás reclamando algo legítimo.** Que no te dé pudor ni te arrugues al exigirlo: te lo has ganado y te corresponde por derecho. Sé firme y desconfía de las excusas que te darán; no seas ingenuo.

- 2) **Asegúrate de que no es error tuyo;** comprueba bien tus movimientos bancarios antes de reclamar (a veces una factura pagada puede pasar desapercibida).

- 3) **Sé constante: llama cada semana** hasta conseguir el cobro; no lo dejes pasar, llama al cliente para que no se «olvide». Normalmente la primera comunicación es amistosa, ya que el impago podría deberse a un error o a un descuido del cliente. Pero permanece atento a las excusas manidas. Si tienes que insistir, comunícate con el cliente de forma asertiva, no seas ni agresivo ni pusilánime.

- 4) Tras llamar varias veces, **haz una reclamación formal de pago por escrito,** asegurándote de su correcta recepción mediante envío por correo certificado, o por **burofax** si quieres dejar constancia del contenido del comunicado. Es el momento de ser firme: debes indicar la cantidad exacta de la deuda y exigir el pago en una fecha concreta, advirtiendo con emprender acciones legales en caso de prolongarse el impago.

- 5) Si no recibes ninguna respuesta por parte de la empresa a tus requerimientos, tienes diferentes opciones:

  • Si todavía tienes paciencia y quieres agotar la vía amistosa, hay distintas medidas extrajudiciales:

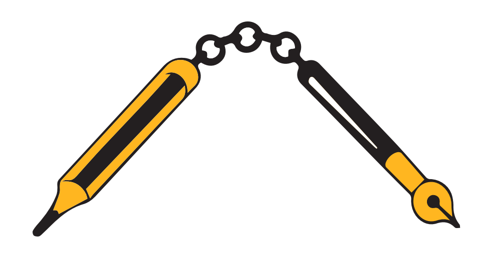
  a) La **conciliación civil** es un proceso sencillo y ágil, y su tramitación es gratuita. No necesitas abogado ni procurador. Tienes que presentar una solicitud (puedes cubrir un impreso formalizado) en el juzgado de primera instancia o de paz del domicilio del deudor. Este será citado para acudir al acto conciliador e intentar resolver el conflicto de forma voluntaria. Este procedimiento, con la figura del conciliador, te permitirá obtener un reconocimiento de deuda y un acuerdo de liquidación del pago, bien en una fecha concreta o bien de forma fraccionada. El resultado será un acuerdo al que las partes llegan por voluntad propia, tendrá carácter ejecutivo y será de obligado cumplimiento.

  b) Si no consigues ponerte de acuerdo con el cliente en el importe o el motivo de la deuda, podéis someteros a la **mediación** o al **arbitraje,** en este caso de forma acordada y voluntaria por ambas partes.

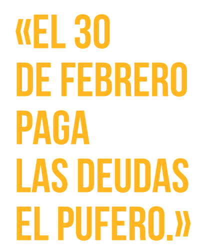
«HAZ UNA RECLAMACIÓN DE PAGO POR ESCRITO, ASEGURÁNDOTE DE SU CORRECTA RECEPCIÓN POR CORREO CERTIFICADO, O INCLUSO POR BUROFAX»

– **Mediación:** es un proceso rápido, confidencial y amistoso. Las partes tratan de llegar a un acuerdo con la ayuda de un mediador, que velará por el acuerdo y el diálogo, sin imponer su voluntad. No es gratuito. Si conseguís llegar a un acuerdo y este se eleva a escritura pública mediante un notario, tendrá carácter ejecutivo y obligatorio.

– **Arbitraje:** al igual que la mediación, es un procedimiento breve, confidencial y amistoso, que también supone un coste para las partes. Ambas acuerdan someterse a la decisión de un árbitro, que emitirá una resolución (laudo), con efectos ejecutivos equiparables a una sentencia judicial.







• Si quieres optar directamente por acudir a la vía judicial: interpón una **demanda para un juicio monitorio** en el juzgado del domicilio del demandado (y si tu cliente no es español, pero pertenece a otro país de la UE, puedes interponer un «procedimento monitorio europeo»). Es un procedimiento sencillo y rápido para reclamar tus deudas monetarias. Si el importe debido es inferior a 2000 euros, no necesitarás intervención de abogado ni procurador durante el procedimiento. En cualquier caso, para enfrentarte a un procedimiento monitorio lo recomendable es **consultar con un abogado especializado.**

PARA CURARTE EN SALUD:

- Antes de aceptar encargos de clientes que no conoces, **pide referencias a otros ilustradores.** Siempre es bueno tener indicadores de liquidez y fiabilidad de los clientes con los que vas a trabajar por primera vez.
- En tus presupuestos o contratos fija claramente las condiciones de cobro para poder reclamar si fuese necesario. Especifica:

– **La fecha** (o fechas) de pago
– **La forma** (anticipo, a la entrega, mixto, a tantos días...)
– **El medio** (transferencia, efectivo, talón, por Paypal...)

Busca información en tu asociación profesional o en asociaciones de autónomos. La ***Vegap*** ofrece también un servicio de asesoramiento legal a sus socios.

ENLACES

- *«¿Qué hacer cuando no te pagan?»* Artículo de redactorfreelance.com
- *«¿Cómo asegurarte de que van a pagarte el trabajo?»* Artículo de redactorfreelance.com
- *Modelo de carta formal de reclamación de pago* (PDF)
- *Modelo de solicitud de conciliación civil* (BOE, PDF)
- *Más información sobre el arbitraje y la mediación* Artículo de elderecho.com
- *Guía del procedimiento monitorio* (Ministerio de Justicia, PDF)
- *Modelo de petición de procedimiento monitorio* (Xunta de Galicia, PDF)



Ilustración: Leandro

8. PLAGIOS Y USOS INDEBIDOS

Cada vez son más habituales los usos indebidos, robos y plagios de creaciones gráficas. El ilustrador debe conocer las herramientas legales y jurídicas para hacer valer sus derechos frente a este tipo de infracciones. Y, en lo posible, debe reclamar compensaciones proporcionadas a los daños causados

ARMAS LEGALES FRENTE A LOS USOS INDEBIDOS

Tal y como dicen los diccionarios, plagiar es copiar en lo sustancial obras ajenas, haciéndolas pasar como propias. El **plagio** y el **uso indebido** de un trabajo tuyo (sin tu permiso o acreditación, tanto si hay ánimo de lucro como si no) vulneran tus ***derechos morales.*** Si además hay beneficio económico o empresarial del plagio o uso indebido, también hay vulneración de tus **derechos patrimoniales.**

En caso de daño moral, la **Ley de Propiedad Intelectual** estipula que «procederá su indemnización, aun no probada la existencia de perjuicio económico», y para su valoración «se atenderá a las circunstancias de la infracción, gravedad de la lesión y grado de difusión ilícita de la obra». La LPI estipula también que el autor podrá exigir indemnización por daños patrimoniales de acuerdo con las «consecuencias económicas negativas, entre ellas la pérdida de beneficios que haya sufrido la parte perjudicada y los beneficios que el infractor haya obtenido por la utilización ilícita», o «la cantidad que como remuneración hubiera percibido el perjudicado, si el infractor hubiera pedido autorización para utilizar el derecho de propiedad intelectual en cuestión».

El **Código Penal** (art. 270.1) establece las multas y penas de prisión que puede acarrear el plagio o el uso de obras sin permiso de su autor.

Una vez comunicada la vulneración de derechos al cliente o tercero, deberá establecerse una **negociación**. Si no consigues cobrar la indemnización, y siempre que la vulneración esté acreditada y se pueda probar, como autor podrás presentar demanda judicial de reclamación por el importe que reclamas. Lógicamente, es deseable **conseguir un acuerdo antes de tener que llegar a instancias judiciales.**

ENLACES

- *Youthoughtwewouldntnotice.com* Plagios gráficos en todo el mundo (en inglés)

- *Blog de SafeCreative*

- *«Qué hacer si tu obra está siendo usada sin permiso»* Artículo de Grafiscopio.com

- *«Cuando Lou plagió a Nazario»* Artículo de Diego A. Manrique en 'El País'

- *Silvia Ortega y el dragón de Sant Jordi* Vídeo en Facebook

- *TinEye.com* Comparador online de imágenes

LA PROTECCIÓN INTERNACIONAL

La protección de derechos de autor en el ámbito internacional está regulada por el ***Convenio de Berna,*** firmado por más de 160 países. Este convenio garantiza a los autores de cualquier país firmante la **protección automática de sus obras en todos los demás países que forman parte del convenio.**

CÓMO ACTUAR FRENTE AL USO INDEBIDO DE TU OBRA

Si un cliente está usando indebidamente un trabajo que te encargó:
Infórmalo de que ese uso no estaba previsto en el acuerdo y por tanto vulnera tus derechos. Estás en tu derecho de reclamarle un pago adicional por ese uso no pactado. En caso de que le interese mantener ese nuevo uso o ampliarlo, negocia un precio de mayor cuantía por la venta o ampliación de cesión de tu trabajo. En todo caso, antes de reclamar repasa cuidadosamente las condiciones pactadas en el trabajo y los términos contractuales (si, por ejemplo, lo hiciste como asalariad*x* para una empresa, los derechos de explotación pertenecen a esa empresa, salvo que firmases lo contrario).

Si es un plagio o uso indebido por terceros:
Estos son los pasos que puedes dar cuando tengas estas sorpresas:

- **No te lances.** Busca a los responsables pero no te pongas en contacto con ellos ni hagas público el robo. ***Hazte el sueco* mientras recoges información.** Analiza si el uso está dentro de los límites de los derechos de autor (pág. 21 del ***Nuevo libro blanco***): por ejemplo, si es un mural en una vía pública, puede reproducirse sin permiso del autor.

- **Evalúa el alcance de la infracción y recoge pruebas.** Investiga el alcance que tiene el uso o plagio (datos de tirada o difusión) y si está generando lucro. Recopila pruebas (ejemplares físicos del plagio, anuncios, reproducciones, capturas de la web de los infractores, datos de ventas, etc.). **En los casos de plagio, haz un gráfico comparativo** que evidencie el «parecido más que razonable» **entre original y plagio.** Todas estas pruebas son útiles para levantar un acta notarial de la infracción, llegado el caso. Determinar si algo es un plagio o no puede implicar un componente subjetivo, pero cuantos más argumentos tengas para sustentar la denuncia, más posibilidades tendrás de que se reconozca el plagio.

- **Viraliza el plagio.** Hay casos en los que no sale a cuenta emprender acciones legales contra el infrac-



«TODOS LOS ARTISTAS ESTAMOS PROTEGIDOS POR EL DERECHO DE AUTOR... Y DEBERÍAMOS SER LOS PRIMEROS EN RESPETAR EL DERECHO DE AUTOR.»

BILL CANYON

tor. Pero puedes difundir el caso entre la profesión y en las redes sociales. Una acción viral de desacreditación bien orquestada puede dar buenos resultados. (Ojo con las maneras: no uses descalificaciones ni insultos contra los infractores, o podrían emprender acciones legales contra ti.)

- **Busca asesoramiento**. Pide consejo a compañeros experimentados o comparte el caso con tu asociación profesional. **Según la gravedad, el alcance y el lucro de la infracción hay distintas medidas que puedes tomar:** exigir la retirada de la obra robada, exigir indemnización, dar difusión mediática al robo o emprender acciones legales.
- **Acude a un abogado**. Si has llegado hasta aquí es que hay una infracción flagrante o un perjuicio económico demostrable: vale la pena tener asesoramiento legal. Una breve reunión con un abogado experto en propiedad intelectual no te saldrá costosa. Te aclarará si merece la pena reclamar, y las mejores acciones que se pueden tomar. La primera medida formal suele ser un **requerimiento enviado por burofax a los infractores**, en el que se les reclama que cesen la infracción y que deben retirar la obra o producto de circulación.
- **Haz presión y negocia.** Tanto si los contrarios responden a este primer burofax como si no, el abogado te orientará en las siguientes acciones que puedes emprender. Siempre conviene buscar medidas de presión que te permitan llegar a un acuerdo con la parte contraria. Los procesos judiciales acostumbran a ser lentos, molestos y costosos: es sabido que ***es mejor un mal trato que un buen juicio.***

PRECAUCIONES Y PREVENCIONES

- Registra tus creaciones en las *Oficinas de Propiedad Intelectual* o en servicios online como *SafeCreative.* Es aconsejable registrar los proyectos antes de mostrarlos en editoriales, productoras, agencias, etc., o antes de difundirlos en internet. El registro no es una prueba irrefutable —alguien podría registrar igualmente un trabajo que no es suyo—, pero sí prevalece en caso de contradicción.
- **No dejes ni envíes copias o dosieres** de tus creaciones a terceros sin antes registrarlas.
- **Firma tus imágenes.** En las imágenes que subas a la red pon tu nombre artístico, a ser posible con el símbolo del copyright (©), o el correspondiente de *Creative Commons,* para que conste tu propiedad intelectual en ámbitos internacionales.
- **Comparte y sube solo archivos a baja resolución,** para dificultar los usos no autorizados.
- En tus presupuestos o contratos **especifica detalladamente los usos y aplicaciones** para los que cedes tu trabajo.

NO PIERDAS LOS PAPELES CON EL PAPELEO



Ilustración: Guitián + Leandro

9. LOS PAPELES DEL ILUSTRADOR

Como todo profesional *freelance* que ejerce su actividad en España, **el ilustrador debe asumir unas condiciones burocráticas, fiscales y de cobertura sanitaria bastante ingratas e incómodas.** En este artículo resumimos estas condiciones y dejamos algunas pistas para que llevar el papeleo no se te convierta en un viacrucis.

1. AUTÓNOMOS E IAE

¿Hay que darse de alta?

La ley obliga a darse de alta en Hacienda y en la Seguridad Social a **toda persona** que vaya a ejercer una actividad económica. No existen excepciones. Sin embargo, **si tu actividad no es habitual** y tus ingresos anuales son inferiores a aproximadamente el salario mínimo interprofesional puedes no darte de alta en la Seguridad Social; una sentencia del Tribunal Supremo de 1997 avala este criterio, pero sigue sin corresponderse con lo que considera la propia Seguridad Social. Como solución provisional puede servirte, pero teniendo siempre en cuenta que no estarías en una situación totalmente correcta (más información en las páginas 35-36 del ***Nuevo libro blanco***). En todo caso, recuerda que siempre **es obligatorio darse de alta en el IAE en Hacienda,** tanto si te das de alta en la Seguridad Social como si no.

Una posibilidad practicada por muchos autónomos cuando su actividad es **esporádica** es darse de alta en la Seguridad Social solo en los meses correspondientes a esa actividad. Usar ese truco para solo emitir facturas en los meses de alta comporta riesgo de inspección y la correspondiente sanción y pago de meses atrasados. Además, no se debe olvidar que las altas y bajas continuas afectan a las prestaciones, e incluso pueden hacer que te quedes sin cobertura sanitaria.

Facturar a través de una cooperativa

En los últimos años está surgiendo también la opción de las **«cooperativas de facturación»**. Son sociedades que te ofrecen facturar por ti: por cada factura te dan de alta unos días en la Seguridad Social (como si fueses persona asalariada) y cuando cobran la factura te reembolsan el dinero restando su comisión por la gestión. Puede ser una buena solución para **trabajos esporádicos,** pero si vas a facturar de forma continuada, haz números: en general te va a salir más caro que ser autónomo. Ten además en cuenta que, si solo te dan de alta unos días al mes, tus prestaciones tampoco van a ser las mismas que si estás de alta de forma continuada.

Algunos expertos expresan dudas sobre la situación de estas cooperativas (dado que fuerzan el sentido original de una cooperativa), y recomiendan, llegado el caso, utilizar aquellas que estén especializadas en un sector concreto (cultural, creativo...).

Cómo darse de alta como autónomo

Lo primero es inscribirte en el censo de profesionales de la **Agencia Tributaria** con el impreso **modelo 037** (puedes comprarlo allí, **descargarlo gratis *en su web*** para entregar en persona o **cubrirlo por internet con certificado digital**). El epígrafe del IAE que corresponde a los ilustradores es el **861** de la sección segunda (actividades artísticas). Los profesionales están exentos de pagar el IAE (impuesto de actividades económicas). Después, en una oficina de la **Tesorería de la Seguridad Social** te darás de alta en el régimen especial de trabajadores por cuenta propia (impreso **modelo TA.521**), escogiendo una base de cotización.

A partir de tu primera alta en Autónomos (Seguridad Social) ya no podrás emitir facturas con fechas fuera de los periodos de alta. El plazo para presentar las altas de autónomos es todo el primer mes del alta en Hacienda, pero para las bajas el plazo es actualmente de 3 días.

2. EL IRPF

Una vez que estás de alta, ya puedes emitir facturas. Además del concepto y del importe, en las facturas siempre tienen que figurar:

— **Todos tus datos fiscales**

— **Los datos fiscales del cliente**

— **El número de factura** (consecutivo, dentro del año en curso)

— **La fecha de emisión**

(además del **concepto** y de el **importe**).

Las facturas deben indicar la retención del IRPF que se debe aplicar. Actualmente es del **15 %**. (Para **nuevos** autónomos en actividades profesionales, la retención es ahora solo del **7 %** dentro del año en que se dan de alta y los dos siguientes.)

3. EL IVA

Los **trabajos de ilustración** consistentes en la cesión de derechos de autor (es decir, la práctica totalidad) **están exentos de IVA**. Los trabajos de diseño gráfico, en cambio, sí llevan IVA: a efectos fiscales la ilustración no es considerada como servicio profesional, sino como una cesión de una creación a cambio de una contraprestación. Pero, ojo, la venta de originales o aplicaciones de una ilustración (una postal, una camiseta) sí debe llevar IVA.

ALTAS IAE/AUTÓNOMOS

ALTA EN IAE (HACIENDA)

IMPRESO **037**

El epígrafe de la actividad es:

861

Si no facturas con IVA, indica exención.

¿POR QUÉ HAY QUE DARSE DE ALTA?

Para declarar la actividad y poder emitir facturas

¿PUEDE HACERSE POR INTERNET? SÍ

El **IAE** (impuesto de actividades económicas) **es gratuito**

Para darse de baja, presentar los mismos modelos en el mismo orden.



guianinjadoilustrador.org

ALTA EN AUTÓNOMOS (SEGURIDAD SOCIAL)

IMPRESO **TA. 0521**

Presenta el 037 con tu alta en el IAE.

Indica la base de cotización y la mutua.

¿POR QUÉ HAY QUE DARSE DE ALTA?

Para tener seguridad social (y con suerte, una jubilación)

¿PUEDE HACERSE POR INTERNET? SÍ

CUOTAS MENSUALES*

Autónomos menores de 30 años:	desde 50€
Nuevos autónomos:	180 €
Cuota general mínima:	266 €

(*Datos de junio 2016)

«LOS AUTÓNOMOS NO ENFERMAN JAMÁS: NO LES QUEDA OTRA.»

PROVERBIO 'FREELANCE'

Si solo realizas trabajos exentos de IVA, **indícalo en el modelo 037** de alta censal, y no tendrás obligación de presentar declaraciones de IVA. En las facturas de trabajos exentos de IVA es recomendable incluir el texto *«Operación no sujeta a IVA por el artículo 69.Uno.1º de la ley 37/1992»*.

4. LA DECLARACIÓN DE LA RENTA

Cuándo tienes obligación de declarar

Si eres *freelance* (es decir, realizas tus actividades económicas por cuenta propia, y estás dado de alta en Hacienda) tienes siempre la obligación de presentar la declaración de la renta, independientemente de cuáles sean tus ingresos.

Los datos fiscales

Los datos fiscales facilitan a los autónomos la cumplimentación de la declaración. Recogen los datos y cifras de tu actividad dentro del ejercicio anual:

- La lista **de los pagos** que te liquidaron los clientes.
- Las correspondientes **retenciones** de IRPF de esos pagos.
- Algunas actividades que pueden venir reflejadas como **rendimientos de trabajo.**
- Tu cotización en el régimen de **autónomos.**
- Si no te llegan por carta, puedes descargar tus datos fiscales en la web de la AEAT. **Revisa siempre los datos**, porque si falta algo o la información no es correcta, tú eres responsable de que figuren bien en tu declaración.

Gastos deducibles que puedes meter en la declaración

En general el ilustrador *freelance* declara gastos e ingresos en la modalidad «actividades profesionales en estimación directa». Ahí se pueden incluir gastos directamente relacionados con la actividad, como las cuotas de autónomos, materiales, suministros, servicios de profesionales externos, etc.

ENLACES

- *«El ilustrador ante la Administración»* Artículo del 'Nuevo libro blanco' (PDF)
- *Preguntas frecuentes de los autónomos* (ATA-Federación de Autónomos, PDF)
- *Guía de alta de autónomos* Artículo en Ata.es
- *Sede electrónica de la Agencia Tributaria*
- *Sede electrónica de la Tesorería de la Seguridad Social*

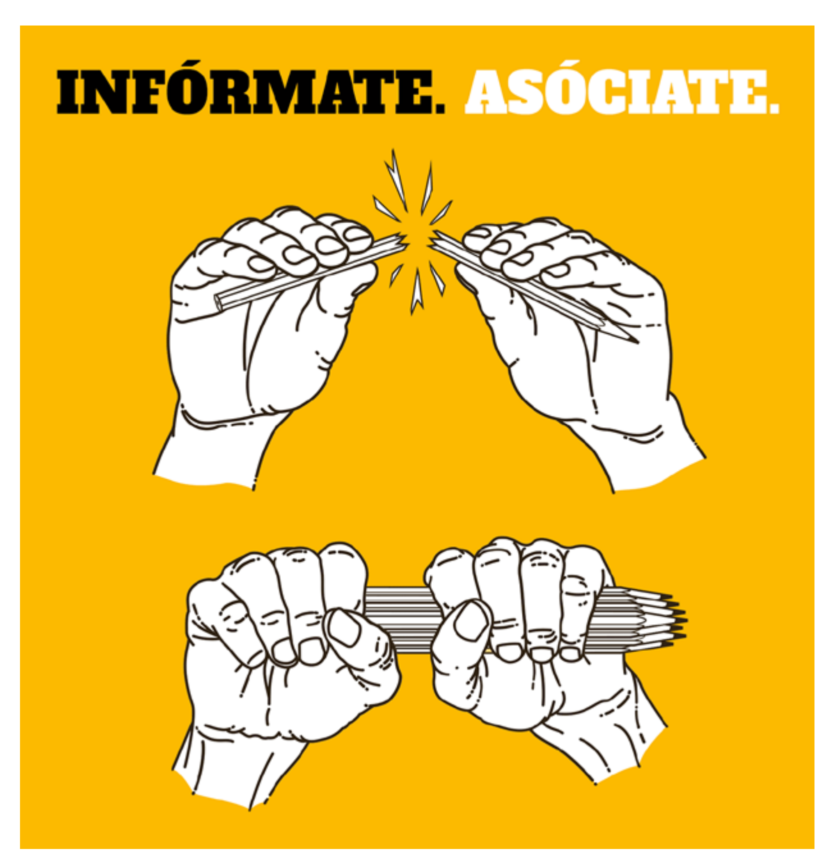


Ilustración: Ictioscopio

10. INFÓRMATE, ASÓCIATE

La fuerza de los creativos *freelance* es la unión y la información. Un colectivo profesional informado, activo y con objetivos comunes es un colectivo profesional más fuerte. Las asociaciones profesionales de ilustradores trabajan en esta dirección para hacer valer nuestros derechos y conseguir mayor reconocimiento para toda la profesión.

EL NUEVO ESCENARIO

La globalización y las herramientas digitales están redefiniendo los mercados y la forma de trabajar. Algunos sectores tradicionales de la ilustración se hunden mientras emergen nuevas áreas, nuevos modelos de negocio y nuevos canales de difusión. La crisis económica ha propiciado, además, la proliferación de creativos *freelance* en todo el planeta. La complejidad de este nuevo escenario dificulta la implantación de reglamentos globales que defiendan los intereses de los creadores, especialmente en el uso y monetización de la ilustración en los medios digitales. **Sin reglamentos, carecemos de un apoyo importante para el ejercicio de la profesión.** Y sin reglamentos, la «lógica del libre mercado» global puede imponer deterioros de nuestras condiciones profesionales, como ya viene sucediendo con las *prácticas especulativas.*

«A FALTA DE REGLAMENTOS, LOS 'FREELANCE' NECESITAMOS INTERCAMBIAR Y COMPARTIR INFORMACIÓN»

LA INFORMACIÓN ES PODER

Los mercados y las tecnologías suelen ir dos pasos por delante de las leyes. No es de extrañar, por tanto, que los gobiernos y los legisladores reaccionen con lentitud a los movimientos y prácticas de mercado «2.0». **A falta de reglamentos, los *freelance* necesitamos intercambiar y compartir información.** Somos los *freelance* los que debemos actuar en común para trazar los reglamentos que defiendan nuestro trabajo y nuestros derechos. Para eso es indispensable compartir información útil y preventiva: información *ninja* (sobre las tendencias de precios y de mercados, las leyes —y sus vacíos—, sobre clientes tóxicos, nuevas prácticas abusivas, tratados comerciales y corporativos, fiscalidad de otros países y mercados, sobre nuevas infracciones de nuestros derechos, etc.). La información es poder, el poder de los *freelancers.*

EL TRAJE NUEVO DEL ILUSTRADOR

En este nuevo ecosistema de mercado, conseguir trabajo puede ser más complejo que el clásico paseo o envío de porfolios. Conseguir encargos o vetas de trabajo pasa en muchos casos por **ampliar el radio de acción** (nuevas áreas de trabajo, mercados exteriores) y **potenciar las capacidades de *marketing* y negociación.** El ilustrador está asumiendo más que nunca distintos roles y tareas: puede ser el *social manager,* editor, agente, productor, diseñador, investigador de mercados, etc., de su propia miniempresa. **Los nichos tradicionales son ahora más escasos, pero a cambio es más factible crear tu propio nicho.** Ahora bien, el ilustrador que quiera inventar su hueco necesita la información y las capacidades adecuadas, o en vez de hacerse un nicho puede caer en un agujero ;-).

REINO DE TAIFAS

Tradicionalmente la actitud laboral del ilustrador ha venido marcada por un profundo **individualismo:** profesionales solitarios que siempre han ido por libre sin tener demasiada interrelación con su gremio profesional. Esta tendencia de aislamiento ha venido cambiando en las últimas décadas con la llegada de internet, que propició la aparición de **foros, plataformas y comunidades profesionales,** y asentó el **movimiento asociativo** (que en España había comenzado en 1981 con la creación de la asociación catalana, *APIC*; y en Galicia, con la fundación de *AGPI* en el año 2000). Pero las redes sociales y las plataformas de petición colectiva no llegan por sí solas: es necesaria una coordinación que solo los movimientos asociacionistas son capaces de articular. Un compromiso que va más allá del «like» en internet.

LAS ASOCIACIONES PROFESIONALES

La misión de las asociaciones profesionales **es ejercer la defensa conjunta de la profesión, y mejorar las condiciones y el reconocimiento profesionales.** Para conseguir esto, las asociaciones ofrecen:

– asesoramiento, información y formación contractual
– orientación a estudiantes y nuevos socios
– promoción de sus miembros (a través de webs, catálogos, exposiciones, participación en ferias, bolsas de trabajo...)
– publicación de informes profesionales
– organización de jornadas, eventos y cursos



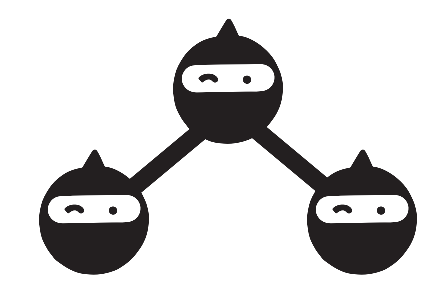
«QUIEN ACTÚA AISLADAMENTE, CARECE DE ESTRATEGIA Y SE TOMA A LA LIGERA A SUS ADVERSARIOS INEVITABLEMENTE ACABARÁ SIENDO DERROTADO»

SUN TZU ('EL ARTE DE LA GUERRA')

Además, las asociaciones colaboran con otras entidades en el ámbito nacional e internacional para **conseguir objetivos comunes y actuar como interlocutores con los órganos institucionales** (gobiernos, legisladores) y **otros agentes del sector** (editores, industrias culturales, entidades de gestión, etc.).

A MODO DE CONCLUSIÓN

Paradójicamente, puedes disfrutar de muchos logros de las asociaciones aunque no seas miembro. Pero solo dando un apoyo efectivo podrás conseguir que estos logros permanezcan en el tiempo y vayan consolidándose. No es solo cuestión de los beneficios directos que podrás conseguir. También hay un componente de orgullo gremial y el hecho de que **nadie está a salvo de los nuevos problemas** que siguen acechando a la profesión día tras día: ni siquiera los autores más consolidados pueden evitar que una caída generalizada de los precios los afecte en su trabajo. Para eso, conviene conocer de primera mano todo lo que pasa, y **hacer frente a los problemas con estrategias comunes.** Todxs necesitamos el apoyo de todxs para mantener y mejorar la salud (y el futuro) de la profesión.



ENLACES

- *«El ilustrador y su colectivo profesional»* Artículo del 'Nuevo libro blanco' (PDF)

- *Pro-Action.org* Plataforma de defensa de los ilustradores británicos, AOI

- *«What the Future Holds for Illustration»* Artículo de John O'Reilly en CreativeBloq.com

CRÉDITOS

Coordinación: Alberto Guitián
Revisión lingüística y de contenidos: Henrique Torreiro
Redacción: Alberto Guitián, María Álvarez,
Manel Cráneo, Santy Gutiérrez, Henrique Torreiro
Ilustración Ninja: José Domingo
Ilustraciones viñetas: Manel Cráneo, Bernal Prieto,
Jorge Peral, Nuria Díaz, Santy Gutiérrez, José Domingo,
Alberto Guitián, Leandro Barea, Ictioscopio
Infografías: Alberto Guitián
Asesoramiento jurídico: Isabel Méndez
Asesoramiento fiscal: Gestoría Otero
Desarrollo web: CeroUn
Comunicación y 'social media': The Office
Diseño versión impresa + pdf: A Casa Ateigada
Imprenta: Lugami

Agradecimientos:
FADIP, APIC, ATA, Leandro Barea, Grafiscopio.com
y todas las personas, entidades y medios que nos
permiten compartir información y contenidos.

1ª edición: julio de 2016



AGPI – Asociación Galega de Profesionais da Ilustración
Rúa Cardeal Cisneros, 4 entreplanta dereita, 15007 A Coruña
Apartado de correos 799, 15080 A Coruña
correo@agpi.punto.es – agpi.es

Proyecto con el apoyo de



AGPI forma parte de





KEEP NINJA, MY FRIEND.





info@guianinjadoilustrador.org



Suscríbete al boletín ninja:
novas@guianinjadoilustrador.org



También disponible en PDF:
A Guía Ninja
do ilustrador
(edición en gallego)

Agpi.es



Agpi en Facebook



Agpi en Twitter



¿Qué es el 'spec work'?

¿Qué derechos de mi obra puedo ceder y cuáles no?

¿Cómo le reclamo una deuda a un cliente?

¿Qué puedo hacer si me plagian una obra?

Esta guía da respuesta a estas preguntas y recoge información útil para hacer frente a los peligros y retos que rodean a los ilustradores 'freelance'.

BE NINJA, MY FRIEND.

